



REDEFINIR AL COMUNICADOR

Redefining the communicator



Ramón Salaverría



Ramón Salaverría es director del *Center for Internet Studies and Digital Life* de la *Universidad de Navarra*, donde es profesor titular de periodismo. Está especializado en la investigación sobre ciberperiodismo y medios digitales, temas en los que cuenta con más de un centenar de publicaciones. A nivel internacional, ha sido *chair* de la *Journalism Studies Section* de la *European Communication and Education Association (Ecrea)* (2010-2012) y es miembro del *World Journalism Education Council*.

<http://orcid.org/0000-0002-4188-7811>

*Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación
Departamento de Proyectos Periodísticos, Edif. Biblioteca de Humanidades
31080 Pamplona, España
rsalaver@unav.es*

Resumen

Las profesiones de la comunicación han vivido en un debate continuo respecto de su identidad y sus modalidades. Con la irrupción de las tecnologías digitales, este debate se ha acentuado y hay quienes niegan incluso la necesidad de que existan profesionales de la intermediación informativa. Este artículo pondera los principales argumentos a favor y en contra de contar con profesionales de la comunicación. El autor concluye que pesan más las razones para el optimismo, puesto que el entorno hiperconectado hacia el que se dirige la sociedad abrirá muchas oportunidades profesionales para los especialistas en comunicación.

Palabras clave

Perfiles profesionales; Profesionales de la información; Comunicación; Periodismo; Comunicadores; Periodistas; Tecnología; Futuro; Empleos; Mercado de trabajo.

Abstract

Communication jobs live in a constant state of debate about their identity and role. With the advent of digital technologies, this debate has intensified and there are those who even deny the need for these professionals. This article discusses the main arguments for and against employing communication professionals and concludes with optimistic projections as a result of the emerging hyperconnected environment which will open many career opportunities for communication specialists.

Keywords

Professional profiles; Information professionals; Communication; Journalism; Communicators; Journalists; Technology; Future; Jobs; Labor market.

Salaverría, Ramón (2016). "Redefinir al comunicador". *El profesional de la información*, v. 25, n. 2, pp. 163-167.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.02>

1. Introducción

La *Real Academia Española* anunció a finales de 2015 su intención de revisar la definición de "periodista". Animada por una petición externa, la iniciativa de la *RAE* parecía lógica, pues su definición no estaba acorde con los tiempos actuales. En su vigésima tercera edición, la de 2014, el *Diccionario de la lengua española* define al periodista de un modo anacrónico –"persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo"– e incompleto –"persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a

tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión"– (*RAE*, 2014). En el momento de escribir estas líneas, la *RAE* no ha divulgado todavía cómo identificará en adelante a los periodistas. Sin embargo, el mero anuncio de su propósito de enmienda ya es todo un símbolo en sí mismo de cuánto se han reconfigurado en las últimas décadas el oficio del periodista y, en general, todas las profesiones de la comunicación.

En efecto, a raíz del impacto de las tecnologías digitales, los profesionales de la comunicación han experimentado

una evolución profunda en sus perfiles y, cabría decir, en su propia identidad. Esto ha suscitado un sinfín de reflexiones sobre la mudanza de las profesiones de la comunicación (Vivar-Zurita, 2011), con especial incidencia en el perfil de los periodistas (Soria, 1989; Weaver; Wu, 1989; Deuze; Dimoudi, 2002; De-Burgh, 2005; Weaver; Wilnat, 2012). Sin ir más lejos, este número monográfico de *El profesional de la información* atestigua esa necesidad de seguir buscando una nueva definición para los comunicadores.

Tradicionalmente los debates sobre la caracterización profesional de la comunicación han pivotado en torno a ciertos temas. Entre los periodistas por ejemplo, ha sido recurrente la dialéctica entre formación generalista y necesidad de especialización. No menos habitual ha sido asimismo la polémica entre educación circunscrita a lo teórico frente a la capacitación principalmente técnica. En un plano ya profesional, se ha discutido sobre si las profesiones de la comunicación cabían ser consideradas como tales profesiones, o bien eran simples oficios inespecíficos a los que cualquier persona, sin preparación ni certificación alguna, podría dedicarse.

Las tecnologías digitales están reconfigurando el paisaje de las profesiones de la comunicación

A estas discusiones bizantinas sobre la identidad profesional de los comunicadores se ha sumado en los últimos tiempos un nuevo asunto para el debate: el impacto disruptivo de las tecnologías digitales en el conjunto de las profesiones de la comunicación. La polémica bascula aquí entre quienes sostienen que las tecnologías digitales están causando el hundimiento de un conjunto de profesiones de la comunicación esenciales para la sociedad —con acento especial en el periodismo— y quienes defienden, por el contrario, que esas mismas tecnologías lejos de aniquilar ciertas profesiones pueden ser empleadas precisamente para catalizar su regeneración. Como suele ocurrir en estas polémicas, los pesimistas destacan los perjuicios y los optimistas las oportunidades.

2. 'Perjuicios' de la tecnología

Hablar de perjuicios causados por las tecnologías digitales a los profesionales de la comunicación suena, como mínimo, exagerado. Al fin y al cabo un efecto aparentemente negativo a corto plazo puede resultar en un beneficio a la larga, gracias a la apertura paulatina de nuevos negocios y oportunidades. Los telegrafistas que a finales del siglo XIX asistieron a la aparición de la telefonía debieron de acoger esa innovación como una tecnología funesta; sin embargo, hoy nadie duda de que el invento de la telefonía fue clave para el desarrollo las telecomunicaciones y abrió muchas más posibilidades profesionales que las que liquidó.

De modo similar, es innegable que las tecnologías digitales, además de ofrecer servicios formidables a los ciudadanos, están multiplicando las oportunidades profesionales para quienes laboran en la comunicación. Hay por supuesto ciertos trabajadores damnificados por el advenimiento de las



Última portada del *Rocky Mountain News*, cerrado dos meses antes de cumplir 150 años

<http://www.dvafoto.com/wp-content/lastdayofrockymountainnews.jpg>

nuevas tecnologías —entre ellos, no pocos de quienes trabajan en las profesiones de la comunicación—, pero, incluso a corto plazo, se evidencian más los beneficios que los daños.

Pero, ¿cuáles son esos males? Podemos identificar al menos tres:

- cuestionamiento;
- precarización;
- sustitución.

Las organizaciones necesitan profesionales cualificados para tomar las riendas de su imagen pública

Cuestionamiento

Como ya se ha apuntado más arriba, es recurrente poner en tela de juicio la necesidad de contar con profesionales formados universitariamente en comunicación. Ocurría antes de que llegaran las tecnologías digitales y sigue ocurriendo ahora. Sin embargo, a esa secular controversia formativa se le han sumado otras, entre las que destaca muy especialmente un cuestionamiento que podríamos calificar de ontológico.

En un contexto donde, gracias a la Red, el acceso a las fuentes de información se ha democratizado, ciertos críticos niegan la necesidad o incluso la conveniencia de contar siquiera con intermediarios en los procesos de la información (Bowman; Willis, 2003; Gillmor, 2004, entre otros). A decir de esas voces, la presencia de personas y organizaciones que arbitren

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

el libre fluir de la información introduce indeseables elementos de subjetividad y, según su visión, de ineficiencia. Frente al modelo mediado tradicional, abogan por un consumo autosuficiente de la información, donde los propios usuarios, apoyados en un uso intensivo de las tecnologías, vendrían a cumplir al mismo tiempo el rol de emisores y receptores de la información. Desde esa visión, las tecnologías digitales —especialmente la Red— liberarían a los ciudadanos de las limitaciones y clientelismos de los intermediarios (Jarvis, 2011), y posibilitarían en suma el surgimiento de una inteligencia colectiva (Rheingold, 2002), libre supuestamente de presiones interesadas. En el ámbito de la información periodística esta filosofía subyace, por ejemplo, en el movimiento del así llamado “periodismo ciudadano”, que alcanzó cierto predicamento en la primera década de este siglo.

Este cuestionamiento ontológico pone de relieve hasta qué punto las tecnologías han contribuido a erosionar la identidad específica de los profesionales de la comunicación en general y, muy especialmente, la de los periodistas.

Las tecnologías han abierto muchas más puertas profesionales que las que han contribuido a cerrar



Redacción de la agencia de noticias rusa RIA Novosti
<https://www.flickr.com/photos/maiakinfo/5640066385>

Dorn, 2013). El fenómeno afecta sobre todo a trabajos manufactureros, pero también cada vez más a no pocos empleos de alto componente intelectual. En efecto, cada vez más puestos de trabajo que requieren la toma de decisiones —corredores de bolsa, asesores— están siendo sustituidos por aplicaciones y herramientas que desempeñan esas labores automáticamente, con base en algoritmos y sistemas robotizados.

El fenómeno alcanza, por supuesto, a las profesiones de la comunicación. Hace años que perfiles como correctores de textos, técnicos de grabación o técnicos de laboratorio fotográfico, entre otros, comenzaron a ser sustituidos por herramientas y aplicaciones informáticas. Sin embargo, el proceso ha continuado y hoy día se extienden aplicaciones algorítmicas que incluso escriben noticias de manera automática.

Los profesionales de la comunicación han experimentado una evolución profunda en sus perfiles y, cabría decir, en su propia identidad

3. La tecnología como oportunidad

Ante este cúmulo de tribulaciones y en un contexto de mercado presidido por las malas perspectivas para las empresas periodísticas tradicionales, no sorprende que cunda el pesimismo y haya quienes se pregunten no ya sobre la supervivencia futura de ciertos medios (Meyer, 2004), sino

Precarización

Al cuestionamiento teórico de fondo se le ha sumado otro factor de carácter coyuntural: la crisis económica. En los países occidentales, las profesiones de la comunicación se han visto, en efecto, particularmente sacudidas en los últimos años por una crisis larga y profunda. En la industria de los medios, la caída de las ventas y de los ingresos por publicidad ha provocado un sinfín de recortes, despidos y un empeoramiento general de las condiciones de trabajo (Díaz-Nosty, 2011).

La evolución de la propia tecnología se ha convertido también en factor propiciatorio de cierta precarización. Las herramientas multimedia y los sistemas integrados de publicación han favorecido que todo tipo de comunicadores —periodistas, publicistas, comunicadores audiovisuales— multipliquen sus tareas, con el beneplácito de sus empresas. La norma de los últimos años en las profesiones de la comunicación ha sido hacer más con —y por— menos.

Sustitución

Más allá de degradar las condiciones de trabajo, ciertas tecnologías están provocando directamente la obsolescencia de numerosos perfiles profesionales (Rotman, 2013; Autor;

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

incluso sobre la del periodismo y otras formas de comunicación social en su totalidad (Ryfe, 2012; Charles, 2014). Sin embargo, incluso esos mismos que subrayan algunos efectos perversos de las tecnologías digitales sobre la industria de la comunicación, reconocen una realidad incontestable: que esas mismas tecnologías han abierto muchas más puertas profesionales que las que han contribuido a cerrar (FTI – Ametic, 2012).

En efecto, las oportunidades de trabajo abiertas por las tecnologías de la información para los comunicadores son abundantes y están lejos todavía de haberse agotado. No se trata de una afirmación cegada por el optimismo: en los últimos años no cesan de aparecer nuevos perfiles profesionales —gestores de redes sociales, expertos en marketing online, editores multimedia...— que apenas unos años atrás ni siquiera concebíamos.

Así como hemos señalado supuestos perjuicios de las tecnologías en ciertas profesiones de la comunicación, podemos destacar también beneficios, mucho más poderosos a nuestro entender. Destacaremos los dos que consideramos más importantes: la ampliación y la centralización de las profesiones de la comunicación.

La norma de los últimos años en las profesiones de la comunicación ha sido ha-



Mock Studio de la cadena HLN, propiedad de CNN
<https://www.flickr.com/photos/xelp/7571615806>

profesionales cualificados para tomar las riendas de su comunicación pública.

La creciente centralidad de lo comunicativo en cualquier esfera está abriendo numerosas oportunidades profesionales. Salta a la vista, por ejemplo, la presencia cada vez más recurrente de comunicadores experimentados al frente de gabinetes de empresas e instituciones. Comunicar bien en la esfera pública ya no es una opción, es una prioridad.

4. Una conclusión esperanzada

Definir al comunicador nunca ha sido sencillo. La identidad de las profesiones de la comunicación vive sujeta a un permanente debate y, por tanto, no debe sorprendernos que la sacudida digital lo haya avivado una vez más. Todo momento de cambio genera incertidumbre.

“ Perpetuar perfiles y rutinas del pasado es el camino más seguro hacia el fracaso ”

Sin embargo, hay motivos para que todos los profesionales de la información y la comunicación confíen en su futuro. La sociedad digital que se está creando reclama personas cualificadas en la búsqueda, tratamiento y difusión de la información. Esto va desde los documentalistas hasta los periodistas, pasando por un variado abanico de perfiles profesionales, cada vez más heterogéneo. Lo que nadie puede pretender es proyectar hacia el futuro las profesiones de la comunicación sin adaptarlas a las nuevas exigencias de su entorno. Perpetuar perfiles y rutinas del pasado es el camino más seguro hacia el fracaso. Quienes por el contrario se arriesguen a explorar nuevos territorios encontrarán, sin duda, terreno fértil donde expandir su profesión. El reto se presenta complicado, pero alentador.

Ampliación

Recordemos cómo denominamos a la sociedad en la que vivimos: sociedad de la información. Hoy día nada hay tan valioso y, al mismo tiempo, tan ubicuo y tan al alcance de la mano como la información.

En un sistema social donde las transacciones informativas se han convertido en elemento clave, es evidente que los profesionales de la información, en cualesquiera de sus múltiples modalidades, tienen perfecta cabida. Las tecnologías digitales han multiplicado las oportunidades laborales para los expertos en información y comunicación, y así seguirá ocurriendo en el futuro.

Centralización

Las profesiones de la comunicación no sólo están viendo ampliado su espacio, también disfrutan de una creciente centralidad. La información se ha convertido, en efecto, en el eje vertebrador de las principales actividades económicas, políticas, sociales y culturales. Esto ha hecho que todas las organizaciones, con independencia de su tamaño y actividad, necesiten cuidar de su comunicación pública. Nunca como ahora las organizaciones habían necesitado tanto de

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

5. Bibliografía

Autor, David H.; Dorn, David (2013). "How technology wrecks the middle class". *Opinionator, The New York times*, 24 agosto. <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/08/24/how-technology-wrecks-the-middle-class>

Bowman, Shayne; Willis, Chris (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston, VA: The American Press Institute. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

Charles, Alec (ed.) (2014). *The end of journalism version 2.0. Industry, technology and politics*. Oxford: Peter Lang. ISBN: 978 19 06165 48 2

De-Burgh, Hugo (2005). *Making journalists: Diverse models, global issues*. New York; London: Routledge. ISBN: 978 04 15315 02 9

Deuze, Mark; Dimoudi, Christina (2002). Online journalists in the Netherlands. Towards a profile of a new profession. *Journalism*, v. 3, n. 1, pp. 85-100. <http://dx.doi.org/10.1177/146488490200300103>

Díaz-Nosty, Bernardo (2011). *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. ISBN: 978 84 87641 47 3 http://www.apmadrid.es/images/stories/Libronegro1soloPDF_BAJA.pdf

FTI-Ametic (2012). *Perfiles profesionales más demandados de la industria de contenidos digitales en España 2012-2017*. Madrid: Fundación Tecnologías de la Información. http://ametic.es/sites/default/files/pafet_vii_perfiles_profesionales_cd_fti-rooter_1.pdf

Gillmor, Dan (2004). *We the media: Grassroots journalism in the age of the network*. New York: Perseus Publishing. ISBN: 978 0 596 00733 1

Jarvis, Jeff (2011). *Public parts: How sharing in the digital age improves the way we work and live*. Nueva York, NY: Simon & Schuster. ISBN: 978 2 4516 3600 0

Meyer, Philip (2004). *The vanishing newspaper: Saving journalism in the information age*. Columbia, MO: University of Missouri Press. ISBN: 978 0826215680

Real Academia Española (2014). "Periodista". *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). <http://dle.rae.es/?w=periodista>

Rheingold, Howard (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishing. ISBN: 0 7382 0608 3

Rotman, David (2013). "How technology is destroying jobs". *MIT technology review*, June 12. <http://www.technologyreview.com/featuredstory/515926/how-technology-is-destroying-jobs>

Ryfe, David M. (2012). *Can journalism survive? An inside look at American newsrooms*. Malden & Cambridge, MA: Polity Press. ISBN: 0 7456 5428 7

Soria, Carlos (1989). *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona: Editorial Mitre. ISBN: 978 84 7652 039 0

Vivar-Zurita, Hipólito (2011). "TIC, internet y el sector de la comunicación: nuevos perfiles profesionales para una comunicación digital". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, v. 37, pp. 58-62. <https://goo.gl/mVxqey>

Weaver, David H.; Willnat, Lars (2012). *The global journalist in the 21st century*. New York; London: Routledge. ISBN: 978 0 88576 8

Weaver, David H.; Wu, Wei (1998). *The global journalist: News as global conversation*. New York: Columbia University Press. ISBN: 978 1 5727 3168 4

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark



Información sobre empleos, cursos, oposiciones,
noticias, eventos y más cosas del mundo de las
bibliotecas, archivos, documentación e información
¡Descúbrelos!

www.recbib.es



fb.me/recbib



[@recbib](https://twitter.com/recbib)